



3 1761 11767828 4

CALL NO.
CA1
MI 350
-83E47

GOVT

IAL

Government
Publications

Employment and
Immigration Canada

Emploi et
Immigration Canada

Public Affairs

Affaires publiques

Eliminating Sex-role Stereotyping

Editorial Guidelines for
Employment and
Immigration Canada
Communications
1983

Canada

Employment and
Immigration Canada

Emploi et
Immigration Canada

Public Affairs

Affaires publiques

0
7

(3)

Eliminating Sex-role Stereotyping

Editorial Guidelines for
Employment and
Immigration Canada
Communications
1983



Employment and
Immigration Canada

Emploi et
Immigration Canada

Public Affairs

Affaires publiques

CAI
MI 350
-83E47

(3)

Eliminating Sex-role Stereotyping

Editorial Guidelines for
Employment and
Immigration Canada
Communications
1983



Foreword

CAI
M1350

-83E47

It is the policy of the Government of Canada to eliminate sexual stereotyping from all government communications. The guidelines that follow must be adhered to in support of this policy.


© Minister of Supply and Services Canada 1983

Cat. No. MP43-142/1983

ISBN 0-662-52695-3

Contents

	Page
Introduction	05
Types of communications	06
Principles	07
Language in general	08
Personhood	08
Women as participants, not possessions	08
He, his, her, hers, theirs...the pronoun problem	09
Titles and forms of address	10
Language and employment	12
Women and men at work	12
Occupations	12
The labour force — primary and secondary	13
Visual and oral communications	14
Visual	14
A check list	15
Cartoons	15
Oral	16
Advertising	17
Guidelines for the specialist	18
Forms, questionnaires, surveys, documents	18
Loaded questions	18
Terms to avoid	18
Eligibility	19
Statistics	19
Research	19
Legal documents	20
Some extra thoughts	21
References	22



Digitized by the Internet Archive
in 2023 with funding from
University of Toronto

Introduction

Sexual stereotyping is the use of words, actions and graphic material that assign roles or characteristics to people solely on the basis of sex, and without regard for the intrinsic potentials of women and men.

Sexual stereotyping affects both men and women. But because it has consistently affected women more pervasively and negatively, these guidelines are aimed primarily at eliminating the sexual stereotyping of women. They are meant to create awareness and sensitivity to today's changing reality.

The guidelines are based on the authority of Chapter 484 of the Administrative Policy Manual of Treasury Board Canada, September 1982. Examples are used to highlight some of the most common situations but do not preclude any area not specifically mentioned. The guidelines do not apply to material concerned primarily or exclusively with one sex: for example, communications regarding maternity benefits.

Every staff member of Employment and Immigration Canada must ensure that all written and audio-visual material he or she produces is in accordance with these guidelines. Each employee who approves Commission/Department material, at any level, is responsible for ensuring that it meets the standards of these guidelines.

Types of communications

The guidelines cover written, visual, and oral communications for distribution within the Commission/Department, to federal departments or agencies, to other levels of government, and to the public.

Internal communications include:

Personnel — job descriptions, statements of qualifications, posters, advertisements, audio-visual and film presentations for training, textbooks, information sheets, orientation programs, recruitment and staff-development material and manuals;

Program administration — program descriptions, guidelines, criteria, legislation, research, bibliographies;

Ministerial — memoranda to ministers, speaking notes for ministers or anyone representing the government, discussion papers and Cabinet memoranda;

Parliamentary liaison — responses to questions in the House of Commons, speaking notes for the House of Commons, briefing notes;

General — memoranda, minutes of meetings, forms, reports, directives, correspondence, employee newsletters or publications, administrative manuals, incentive programs and awards, correspondence manuals, guidelines for publishing, human resource plans and agreements, contracts.

External communications include:

Public Affairs — publications, posters, public presentations, films, slides, photographs, graphics, speeches, advertising, exhibits, newsletters, public relations campaigns;

General — international information, surveys, questionnaires, forms, correspondence, contracts.

Principles

The whole range of human characteristics and attributes should be shown to apply to both women and men. All work, occupations, skills, and experience should be described as equally valuable and worthy of respect, and all material should reflect women's contribution to Canadian life. Women should be:

- treated with equal respect, dignity and seriousness;
- described as working in and out of the home; as married, single or divorced; with children and without; as the sole support of families; as apartment dwellers and homeowners; as rural, city, and suburban dwellers;
- included as active participants;
- identified by their own names and/or titles and not by their roles as wife, mother, sister, or daughter, unless the reference is in this context.

Language in general

Personhood

Avoid the use of “man” words.

Although the word “man” has two meanings: “male” (men only) and “humanity” (including men and women), in practice “man” tends to call up images of male people only.

Because many people mentally exclude women from terms such as “Canadians”, “Natives”, “youth” or “workers”, it is a good idea to use terms such as “Canadian men and women” or “young women and men” periodically throughout a text to emphasize that it refers BOTH to men and women.

No

career woman

manpower

chairman

foreman

man-made

layman

mankind

man-year

Yes

name her profession

human resources, workers,
workforce, labour force

chairperson, chair

supervisor, lead hand

synthetic, manufactured,
of human origin

lay person

people, humanity, human
beings

person-year, staff year

Women as participants, not possessions

Don't portray women as appendages or dependants of men. They should be recognized in their own right and for their own achievements.

No

Workers flocked to the
new townsite, taking their
wives and children with
them.

Yes

Workers and their families
flocked to the new
townsite.

Use parallel language when referring to the sexes.

No

men and ladies

man and wife

career girl, businessman

Yes

men and women

husband and wife

businesswoman,
businessman

Don't include information about women that you would not include about men. For example, the following usage is common: "Mary Jones, wife of foreign service officer John Jones, completed her apprenticeship last year." But you are unlikely to hear, "John Jones, husband of carpenter Mary Jones, accepted a posting in Norway."

In addition, incidental information about children is often included in descriptions of women, but not of men, as though this were, somehow, an indicator of competence, e.g., "Mother of three excels as pipefitter". Avoid such usage.

Treat women and men with the same respect, dignity, and seriousness. Don't describe women by physical attributes when men are being described by mental attributes or professional position.

No

We met with the director, a dedicated and tireless worker. He was accompanied by his petite, blonde secretary.

Yes

We met with the director, a dedicated and tireless worker, who was accompanied by an equally efficient secretary.

Beware of terms such as "ladies" and "girls". "Girls" implies immaturity and dependence, while "lady" often conveys the meaning "ineffectual". If unsure about the use of these terms, substitute the comparable masculine-gender term. For example, would you say "I'll have my boy type this up", or use the term "career boy"?

He, his, her, hers, theirs... the pronoun problem

Avoid pronouns limited to one sex. This can be done by using the plural, an article ("a" or "the"), he or she, or s/he. Or you can change the construction.

No

Each secretary should ensure that her correspondence...

Communications between a counsellor and his client...

A job hunter may find work on his own...

Each ADM should ensure that his managers...

Yes

Each secretary should ensure that his or her correspondence...

Communications between counsellors and their clients... Communications between a counsellor and a client...

A job hunter may find work independently...

ADMs should ensure that their managers...

While the use of neutral terms removes automatic sex identification, the surrounding text should clearly indicate that an occupation can be held by a person of either sex. However, “neutralizing” these sentences, as has been done in these examples, goes only part-way towards solving the problem, since many readers would automatically assume that the ADMs were male and the secretaries were female. It is therefore preferable to indicate explicitly that these may refer to a person of either sex.

There are many ways in which this can be built into a text, e.g., “Each ADM should ensure that **his** or **her** managers...” In another context, you might say “the women and men attending this session...” (rather than “the people attending this session...”).

Titles and forms of address

Use women’s names in the same form as men’s.

No

John Jones and Miss Smith

Mr. Jones and Mary

Miss Smith and John

Yes

John Jones and Mary Smith

Jones and Smith or John and Mary

Ms. Smith and Mr. Jones

Women may use their husband's name, their maiden name or both. If in doubt, ask women what title they prefer, or use Ms.

No

John Jones and Mary Smith were recently promoted. Jones has been with the firm since 1965 and Mary since 1963.

Yes

John Jones and Mary Smith were recently promoted. Jones has been with the firm since 1965 and Smith since 1963.

Or

Mr. Jones has been with the firm since 1965 and Ms. Smith since 1963.

Or

John has been with the firm since 1965 and Mary since 1963.

For memoranda, distribution lists or any other internal material, use initials. Within the body of a text, last names alone may be used.

If an addressee is a woman and the writer is uncertain which social title she prefers, it is always acceptable to address her by first and last names, e.g., "Dear Mary Smith". A professional or academic title takes precedence, e.g., "Dear Dr. Smith". "Dear" followed by the initials and family name (Dear M.A. Smith) is acceptable for women and men. When both sex and name are unknown, use "Dear Sir/Madam".

Language and employment

Women and men at work

Work should never be stereotyped as “woman’s work” or “man’s work”. Terms such as a “man-sized job” should be avoided.

Never imply that certain jobs are incompatible with a woman’s femininity or a man’s masculinity. Men as well as women should be described and shown as secretaries, nurses and babysitters, and women as well as men as engineers, plumbers and executives.

Homemaking or voluntary work should be described as equal in value to paid employment: an innuendo of inferiority often accompanies references to homemaking.

Don’t single out women as “workers” in terms such as “working mothers” — would you say “working father”? Terms such as “working wife” define a woman primarily in terms of her domestic role, implying that her main responsibilities are not towards her employment.

No

going back to work

working wives

working mother

Yes

re-entering the labour market

re-entering paid employment

women who work for pay

mothers who work outside the home

Do not treat women as a special group — they constitute more than 40% of the labour market.

No

Concern was expressed for the employment prospects of special groups, such as women and Natives.

Yes

Concern was expressed for the employment prospects of women and target groups, such as Natives.

Occupations

Use the CCDO Manual of Sex-free Occupational Titles in all references to occupations. This manual was produced in 1976 to replace CCDO titles which indicated that the worker was either female or male.

Texts should clearly indicate that the full range of occupations is open to men and women. In some cases, it may be appropriate to emphasize the predominance of one sex in an occupation and any changes that are occurring (e.g., “While most plumbers are men, women are entering the field”).

Cite both men and women and traditionally male and female occupations in examples. In addition, try to use examples of men and women in non-traditional occupations, e.g., women as machinists or men as nurses.

Avoid using words with an “-ess” or “-ette” ending (such as manageress) — they can imply “non-standard” or signify imitation or small size (e.g., leatherette, kitchenette). Applied to women, the implication becomes “not to be taken seriously”.

In general, “sexing” an occupational title, as in the above examples, perpetuates the thinking that men belong in certain occupations and women in others. It singles out those in “non-traditional” jobs as somehow different or strange.

No	Yes
camera man	camera operator
repairman	repairer
steward, stewardess	flight attendant
lady doctor	doctor
male nurse	nurse
usherette	usher
manageress	manager
cleaning lady	cleaner
draftsman	drafter, drafting technician

The labour force — primary and secondary

Do not use the terms “secondary labour force” and “secondary wage earners”.

Visual and oral communications

Visual

The principles expressed in the guidelines for language apply equally to scripts and visual material. A balance need not be struck in every photograph, film segment, etc., but the total presentation should conform to the guidelines.

It is particularly important in this Commission/Department to take the lead in avoiding occupational stereotyping by sex. Women should be identified in something other than a traditionally female occupation such as secretary or clerk. Within the Commission, female personnel should be shown in all occupations — as counsellors, agents, personnel managers, executive officers, supervisors, and technical specialists.

All work should be treated as honourable and worthy of respect, and no job or job choice should be downgraded. Women should be shown as having and exercising the same options as men in their career choices.

Pictures of women should appear as often as pictures of men. Women should be shown:

- as actively participating in all aspects of life;
- as being of all ages and ethnic origins, and of differing physical attributes;
- as accountants, engineers, pilots, plumbers, bridge builders, computer operators, TV repairers, and astronauts, among others; men should be shown as nurses, grade-school teachers, secretaries, typists, librarians, file clerks, switch-board operators, and babysitters, among others;
- at all levels of authority within any occupation: women with a profession should be shown at all professional levels, including the top; women should be portrayed in positions of authority over men and over other women; there should be no implication that a man loses face or that a woman faces difficulty if the employer or supervisor is a woman;
- as having achieved success in all fields of endeavour (e.g., women in all occupations, sports, arts and science);

Perhaps the most obvious reinforcement of sex-role stereotyping is the treatment of women as pretty, sociable and shallow. Don't use women as visual decoration.

Where possible, include works by and about women in any exhibition, display or visual presentation.

A check list

Check photo sequences for:

- numerical balance (if three doctors are shown, for example, at least one should be female);
- job balance (women in blue collar situations as well as white collar); and
- role balance (women in traditionally male occupations, or men as homemakers).

Check visual material for subliminal messages. If, for example, a woman officer is shown surrounded by typist's equipment, a mixed message is sent to the viewer.

The placement and posture of men and women can convey messages about an authority role (seated behind a desk, at the front of a photo) or a subordinate role (standing behind, or smaller). Check all material for such statements and ensure a balance between men and women as authority figures or as subordinate ones. Show women and men as equally serious about their work, and working together.

Cartoons

Cartoons can easily contribute to biased communication since much humour is still based on sex-role stereotypes. An example would be the characterization of women as "dumb blondes" and men as inept around the house.

When an artist uses animals as humans, she or he must be careful to avoid stereotyping such as depicting men as lions and women as kittens. Instead, consideration should be given to substituting other cartoons that make a statement about equal treatment. In fact, the wise use of humour can be a light-hearted, subtle way to discourage stereotyping.

Oral

Oral communications should conform to the guidelines for written material. In addition:

- women should appear as often as men do, as interviewers and as the subjects of interviews;
- female voices should be used as often as male voices in voice-overs for audio-visual materials, regardless of subject matter;
- when women are doing voice-overs, avoid using background music that is “in a lighter vein” (different in authority) from that used when men do voice-overs;
- avoid using less serious dialogue when referring to women, when women are speaking, or when women are doing voice-overs.

Advertising

Advertising must conform to the guidelines generally, and particularly to those on visual and oral communications. In addition, advertising should:

- recognize changing roles of men and women and reflect the full range of occupations for all, showing women and men as comparably capable, resourceful, self-confident, intelligent, imaginative, and independent;
- portray men and women of various ages, backgrounds and appearances and pursuing a wide range of interests — sports, hobbies, business — as well as home-centred activities;
- not use women or men purely for attention-getting purposes;
- use non-sexist language;
- portray men and women as users, buyers and decision-makers;
- avoid presenting either sex as more in need of certain products or services or as excessive users of certain products or services;
- reflect a realistic balance in the use of women for voice-overs and as experts and authorities.

Guidelines for the specialist

Forms, questionnaires, surveys, documents

Loaded questions

Avoid “loaded” questions. For example, “Females only: Do you plan to work full-time after you graduate?”

- a) Not at all
- b) Only until I am married
- c) Both before and after I am married
- d) Have not thought about it yet
- e) Only until I have children

The implications are (i) that work is not done in the home, and (ii) it is inevitable that all women get married. This type of question should be omitted completely or rephrased to obtain opinions regarding a range of possible situations, including families where both partners participate in the labour force.

In areas where the differing experiences of men and women give rise to different responses, make an attempt to explain the background. For example, answers to the question “I would rather collect unemployment insurance than work for the minimum wage” will depend on what previous earnings were, what amounts can be collected under UI benefits and what general hourly rate the respondent would expect to earn. Because many women are in low-paying occupations, their answers to this type of question may appear to indicate an abnormal behavioural pattern, whereas it may be completely rational when related to previous or expected earnings.

Terms to avoid

Don’t request the information “Mr., Mrs., Miss, Ms.”, etc. This can be obtained much more accurately from one question relating to gender and another to marital status. Please note that such information may only be sought for program evaluations and surveys or to determine eligibility for special programs.

Do not use the term “head of household” — it no longer has a precise definition. For example, who is the “head of household” when both spouses work — is it the male or the spouse with the larger earnings?

Eligibility

Documents relating to entitlement or eligibility must make it clear that regulations and guidelines affect men and women equally. Show clearly that any action to be taken will apply to both male and female, and use examples that apply equally to both.

Ensure that questions asked do not result in systemic discrimination. Do not presume responsibilities related to the sex of the claimant.

Statistics

Avoid generalizations, particularly when reporting statistical findings. They create the impression that **all** people within a group possess the characteristics described. For example, “Men outperform women on tests of mechanical ability”; “Married women are less interested in remaining in the active labour force once they have established their right to unemployment insurance benefits”; “Females do better than males on tests involving manual dexterity”.

Qualification of the generalization with specific proportions, where available, or with words such as “many” or “a high proportion” will help to avoid categorization of all individuals into a group profile.

While it is obviously acceptable to describe a measurable phenomenon as such, it is not acceptable to present this as an integral characteristic of the group in question. For example, one may say: “A significant proportion of married women workers want part-time work.” However, this should not be generalized to include statements such as: “Married women are less interested than married men in seeking full-time work.” Also, try to include reasons for your statement such as: “This may be because of a lack of adequate day care or the burden of domestic duties.”

Research

Include a breakdown by sex in all gross figures (program participation, client registration, claimant data, etc.).

Where applicable, direct research equally towards women and men. Even though one sex may represent only a small proportion of the universe being researched, omission of data by sex may obscure important differences, and as times change, this will result in the absence of comparable base data from which to work. This applies particularly to ongoing research where a group that might be considered insignificant now may be important in a few years' time. If the group is statistically unreliable, it should not be shown but the data should be gathered to make comparisons possible when numbers increase.

For example, gather information on females in occupations such as construction or mining; or males in occupations such as nursing or secretarial work. Similarly, include males as well as females in research on the need for part-time work and day-care centres or on single-parent families.

Works by and about women should be included in research background and bibliographical material.

Legal documents

The guidelines obviously cannot apply to quotations from legal documents. Further, all communications from the Legal Services Branch of CEIC should be treated as quotations from a legal document. If communications from this Branch do not follow the guidelines, Legal Services is responsible for any revisions.

Some extra thoughts

- It's not necessary to be consistent. The objective is to treat women and men equally and to include women in all references to people in general.
- When in doubt about a particular usage, try reversing the sex roles by substituting the comparable masculine-gender term.
- Males should not always be first in order of mention. Instead, alternate the order sometimes, e.g., “women and men, she or he, her or his”.
- Do not degrade or belittle women's issues and concerns — women's and men's issues are equally legitimate.
- Do not treat family issues (i.e., schooling, children, home) as women's issues.
- Beware of condescension: over-emphasis of a woman's accomplishments can convey the sense “not bad for a woman”.

References

Elimination of Sexual Stereotyping; Chapter 484, Administrative Policy Manual; Treasury Board Canada; 1982.

Guidelines for Equal Treatment of the Sexes; McGraw-Hill Book Company; In Elementary English; May 1975.

Guidelines for Inclusive Language; as approved by the General Council Executive of the United Church of Canada; 1981.

Guidelines for the Elimination of Sexual Stereotyping in Language and Visual Material; Health and Welfare Canada; 1982.

Guidelines on Sex-typing; Veterans Affairs; 1977.

Task Force on Sex-Role Stereotyping in the Broadcast Media, Canadian Radio-television and Telecommunications Commission; 1982.

The Handbook of Nonsexist Writing, by Casey Miller and Kate Swift; Lippincott & Crowell, Publishers; New York; 1981.

Without Bias: A Guidebook for Nondiscriminatory Communication; International Association of Business Communicators; San Francisco; 1982.

- C'est-à-dire «La féminisation des titres» Radio-Canada, vol. 12, no 4, 1980.
- Manuel de la politique administrative, Conseil du Trésor du Canada, «Élimination des stéréotypes sexuels», chapitre 484, sept. 1982.
- L'actualité terminologique, bulletin mensuel du Bureau des traductions, vol. 16, no 2, février-mars 1983.
- La discrimination sexuelle et le langage, Affaires des anciens combattants, mai 1977.
- L'image des femmes, rapport du Groupe de travail sur les stéréotypes sexistes dans les médias de radiodiffusion, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, 1982.
- Observations grammaticales et terminologiques, Secrétariat général, Université de Montréal, «La féminisation des titres», fiche no 148, sept. 1980.

Quelques points supplémentaires

Il n'est pas nécessaire que la juxtaposition du masculin et du féminin devienne une constante dans tous les textes. L'objectif est de traiter les femmes et les hommes sur un pied d'égalité dans tous les rapports s'adressant au gens en général. Dans le doute, lors de l'utilisation d'un terme ou d'une construction de phrase en particulier, renverser les rôles et substituer le masculin pour le féminin afin de trouver le juste milieu.

On ne devrait pas toujours mentionner en premier lieu les hommes. On peut alterner et utiliser de temps à autre «les femmes et les hommes». Pour les listes d'envoi employer plutôt l'ordre alphabétique.

Il serait mal vu d'amoindrir les préoccupations des femmes, elles sont tout aussi justifiées que celles des hommes.

Attention au comportement paternaliste et à la condescendance envers les femmes. Il s'agit là d'attitudes nettement dépassées. Ainsi mettre trop d'accent sur les réalisations d'une femme peut facilement laisser entendre que «c'est pas mal pour une femme».

Les questions d'ordre familial (l'éducation et la scolarisation des enfants, les travaux domestiques, etc.) ne devraient pas être traitées comme étant l'apanage des femmes.

Méthodologie de recherche

Il est opportun de souligner que toute recherche doit tenir compte aussi bien des hommes que des femmes.

Même si l'un des sexes ne représente qu'une faible proportion du domaine de recherche, l'omission systématique, voulue et non nécessaire de données selon le sexe peut masquer d'importants écarts et résulter, dans quelques années, en l'absence d'une base comparable de données sur laquelle fonder les travaux futurs. Ces directives s'appliquent surtout aux travaux où un groupe, qui est minime aujourd'hui, revêtira une plus grande importance d'ici quelques années. Si le groupe ne représente pas une image fiable, il n'est pas nécessaire de l'inclure au tableau, mais les données recueillies doivent être compilées afin de rendre possible les comparaisons lorsque les chiffres augmentent. Par exemple, il faut recueillir des renseignements sur les femmes qui occupent des postes dans les domaines traditionnellement masculins tels que le bâtiment, les mines; ou sur les hommes qui occupent des postes dans des domaines traditionnellement féminins comme celui du secrétariat. De même, les recherches portant sur les besoins d'emploi à temps partiel et de gardeerie d'enfants ou sur les familles monoparentales doivent tenir compte des besoins des hommes et des femmes. De plus, tous les chiffres bruts (participation aux programmes, inscription des clients, données relatives au prestataire, etc.) doivent comprendre une répartition par sexe.

Le cas échéant, des ouvrages réalisés par et pour les femmes devraient faire partie de la bibliographie et des documents de recherche.

Documents juridiques

Il va de soi que les présentes lignes directrices ne s'appliquent pas aux citations tirées de documents juridiques. De plus, toute communication émanant du Contentieux de la CEIC devraient être utilisées à titre de citations tirées de documents juridiques. Si les communications transmises par cette direction ne sont pas conformes aux lignes directrices, la responsabilité de les mettre à jour échoit au Contentieux.

Admissibilité

Les documents qui traitent de l'admissibilité et de la disponibilité devraient indiquer clairement que les règlements, les lignes directrices ainsi que toute mesure à prendre s'appliquent également aux hommes et aux femmes, et donnez des exemples à cet effet.

Éviter les questions qui pourraient conduire à une discrimination systémique. Il ne faut pas présupposer des responsabilités reliées au sexe du requérant.

Statistiques

Il faut éviter autant que possible les généralisations relatives à certains groupes lorsqu'il s'agit de citer des statistiques. Ces généralisations laissent supposer que les caractéristiques décrites s'appliquent à **toutes** les personnes qui composent le groupe. Entre autres généralisations mentionnons : « Les hommes sont meilleurs que les femmes dans la plupart des tests d'aptitudes mécaniques » ; « Les femmes s'en tirent mieux que les hommes dans les tests d'habileté manuelle ».

Il faut éviter également d'utiliser les termes « population active secondaire », ou « soutiens secondaires de famille ».

En réduisant la généralisation ou en utilisant des termes tels que « **nombreux** » ou « **un nombre élevé** », on évite d'englober toutes les personnes dans une catégorie donnée.

Même si, de toute évidence, il est acceptable de décrire un phénomène mesurable en tant que tel, il l'est beaucoup moins de présenter ces conclusions comme une caractéristique intégrante du groupe en question. Par exemple, on peut dire : « Un nombre significatif de femmes mariées présentent une demande de prestations après une courte durée d'emploi ». Cependant, il ne faut pas glisser vers une déclaration qui tend à généraliser comme celle-ci : « Les femmes mariées sont moins intéressées que les hommes mariés à demeurer sur le marché du travail une fois qu'elles ont établi leur droit aux prestations d'assurance-chômage ». On doit accompagner ces déclarations de conclusions qui permettent d'expliquer ce phénomène comme « Cet état de choses est peut-être dû à la pénurie de place en garderie ou aux tâches domestiques trop lourdes. »

À l'intention des spécialistes

Formulaires, questionnaires, enquêtes

Il faut éviter les questionnaires dirigés uniquement vers l'un ou l'autre des sexes. Par exemple, le questionnaire suivant **réserve aux femmes**: Prévoyez-vous travailler à temps plein une fois que vous aurez obtenu votre diplôme?

- a) pas du tout
- b) avant de me marier seulement
- c) avant de me marier et par la suite
- d) je n'y ai pas encore songé
- e) jusqu'à ce que j'aie des enfants

Ce questionnaire suppose, premièrement, qu'il n'y a rien à faire à la maison et que deuxièmement, toutes les femmes se marient inévitablement. Ce genre de question doit être omis, ou formulé autrement, afin d'obtenir le point de vue des hommes et des femmes quant aux différentes situations familiales. Dans le cas où le vécu des femmes et des hommes suscite des réponses différentes, il y a lieu de proposer une explication plus poussée. Une réponse du type: «J'aime mieux toucher des prestations d'assurance-chômage que de travailler au salaire minimum,» se fonde sur les gains antérieurs, le niveau prévu des prestations d'assurance-chômage et sur le salaire horaire que la personne interrogée peut s'attendre à recevoir. À cause de leur situation professionnelle inférieure, un grand nombre de femmes présentent des réponses qui peuvent paraître éloignées de la norme mais qui s'expliquent tout à fait dans la perspective des possibilités de gains antérieures ou prévues.

Termes à éviter

Il faut cesser de demander les précisions «M., Mme, Mlle». Ces renseignements nécessaires peuvent être recueillis de façon beaucoup plus complète et exacte au moyen d'une question portant sur le sexe et d'une autre sur l'état civil. À noter que de telles précisions ne doivent être demandées qu'à l'occasion d'un sondage ou de l'appréciation d'un programme, ou encore pour définir l'admissibilité à un programme spécial. Il faut éviter autant que possible le terme «chef de famille» celui-ci n'ayant plus de définition précise. Par exemple, qui est le chef de famille lorsque les deux époux travaillent, est-ce l'homme ou celui des époux dont le revenu est le plus élevé?

La publicité doit être conforme aux lignes directrices générales et particulièrement à celles régissant les communications visuelles et orales. De plus la publicité:

- devrait reconnaître les changements touchant les rôles des hommes et des femmes dans la société d'aujourd'hui et les refléter en utilisant la plus vaste gamme d'occupations possible, en montrant que les hommes et les femmes sont également compétents, ingénieux, sûrs d'eux-mêmes, intelligents, imaginatifs et indépendants;
- devrait tenir compte de la grande diversité des modes de vie au Canada et représenter des hommes et des femmes d'âges, d'apparences et de milieux différents, s'intéressant activement à une vaste gamme d'activités — sports, loisirs, affaires — ainsi qu'aux activités domestiques;
- doit éviter de présenter des personnes ayant un besoin excessif de certains produits ou services;
- ne devrait pas exploiter les hommes ou les femmes simplement pour attirer l'attention;
- devrait autant que possible, employer des expressions générales et non sexistes;
- devrait représenter les hommes et les femmes comme des utilisateurs, des acheteurs et, en général, des personnes capables de prendre des décisions;
- devrait employer autant de femmes que d'hommes tant pour les voix hors champ que dans des rôles d'expert ou d'autorité.

Communications orales

Les lignes directrices concernant les communications écrites et visuelles valent aussi pour les communications orales mais les directives suivantes s'appliquent exclusivement aux communications orales.

- Des voix féminines devraient être utilisées aussi souvent que les voix masculines pour la lecture hors champ des communications audiovisuelles, quel que soit le sujet traité.
- Tout devrait être fait pour que les femmes jouent aussi souvent que les hommes le rôle d'interviewer et d'intervu.
- Éviter d'utiliser une musique de fond plus légère ou moins sérieuse lorsque des voix féminines servent pour la lecture hors champ.
- Éviter d'adopter un ton moins sérieux lorsqu'on fait mention de femmes, lorsque des femmes parlent ou lorsque des voix féminines servent pour la lecture hors champ.

Ce qui contribue peut-être le plus à ancrer les stéréotypes fondés sur le sexe, c'est le fait de considérer la femme comme étant d'abord une personne jolie, sociable et effacée. Ne pas confondre les femmes et les bibelots: elles ne doivent pas servir au décor.

Des ouvrages réalisés par et pour des femmes devraient être inclus dans toute exposition, étalage ou présentation visuelle.

Les points à surveiller

Les photographies doivent faire l'objet d'une vérification concernant:

- l'équilibre numérique (si on montre trois médecins, au moins un des trois doit être une femme);
- la répartition des emplois (des femmes qui occupent des emplois de col bleu aussi bien que de col blanc); et
- l'équilibre des rôles (des femmes qui pratiquent des professions traditionnellement réservées aux hommes, ou des hommes qui participent au travail du ménage).

Vérifier les documents visuels afin d'assurer qu'ils ne contiennent pas de cliché subtil, comme celui de l'agent féminin entouré de matériel de dactylographie.

Éviter les scènes montrant des femmes ou des hommes en position de domination ou de soumission ou qui portent à croire que le sérieux ou le sens des affaires est l'apanage d'un sexe en particulier. S'assurer d'un équilibre entre les hommes et les femmes occupant des postes de commande.

Caricature

La caricature est un mode d'expression qui peut facilement prêter à la déformation de la communication, étant donné que l'humour se fonde en grande partie sur les stéréotypes liés aux rôles sexuels: les femmes sont belles et stupides tandis que les hommes ne s'y entendent pas en travaux ménagers.

L'artiste qui cherche à illustrer de façon vivante des situations devrait éviter, par exemple, s'il fait des comparaisons entre animaux et humains, que les hommes prennent la forme de lions et les femmes, de chatons. On devrait rechercher un meilleur équilibre entre les êtres. On peut même recourir à la caricature pour combattre avec finesse les images stéréotypées.

Communications par la parole et par l'image

Arts visuels

Les principes qui ont inspiré les lignes directrices en matière de langue parlée s'appliquent également aux documents écrits et visuels. Il n'est pas nécessaire de rechercher un équilibre parfait dans chaque photographie, chaque séquence de film, etc., mais la présentation, dans son ensemble, doit respecter les lignes directrices.

Il importe au plus haut point qu'EIC soit le chef de file en ce qui concerne l'abandon des stéréotypes professionnels. Les femmes devraient être présentes dans des professions autres que celles traditionnellement reconnues comme étant féminines, telles que celles de secrétaire et de commis. A la Commission, on devrait voir le personnel féminin représenté dans des emplois de conseiller, d'agent, de directeur de personnel, de cadre, de surveillant et de technicien spécialisé. Tout emploi devrait commander le respect, et aucun travail, ni choix d'occupation, ne devrait être dédaigné. On devrait faire voir que les femmes et les hommes jouissent des mêmes choix de carrière.

Dans les illustrations, les femmes devraient être représentées aussi souvent que les hommes. Plus précisément:

- les femmes devraient être représentées comme jouant un rôle actif dans toutes les sphères de l'activité humaine;
- des femmes de tous les âges, de toutes les origines ethniques et d'apparences physiques diverses devraient être représentées;
- les femmes devraient être représentées dans des rôles non traditionnels, tout comme les hommes d'ailleurs (par exemple, des hommes prodiguant des soins aux enfants et des femmes occupant des postes ou travaillant dans le secteur des mines ou de la construction);
- les femmes devraient être représentées à tous les niveaux hiérarchiques et dans tous les types d'activité; et on devrait également voir des femmes ayant autorité sur des hommes et d'autres femmes; ne pas laisser entendre qu'une femme patron peut par le fait même engendrer des difficultés;
- les femmes devraient être représentées comme ayant accompli des réalisations dans tous les domaines (par exemple, dans les sports, les arts, les affaires, les sciences, etc.).

Plus près de nous, le Bureau des traductions (du Secrétariat d'État), n'étant pas indifférent à ce phénomène linguistique, s'est livré à un examen attentif de la question. De cette étude se dégagent les constatations suivantes: le dictionnaire donne déjà une foule de solutions, les nomenclatures d'emplois en apportent d'autres et, lorsqu'on ajoute à cela l'application des règles de formation du féminin, il n'y a guère de cas sans solution.

Recommandations

Ainsi, de concert avec la **Classification canadienne descriptive des professions** et en accord avec le **Manuel de la politique administrative** du Conseil du Trésor du Canada, chapitre 484 («Élimination des stéréotypes sexuels»), le Bureau des traductions recommande:

1. d'inscrire au masculin et au féminin les désignations de postes;
2. de respecter cinq principes simples et d'appliquer aux appellations d'emplois les règles de formation du féminin;
3. de se reporter à la liste d'appellations en fin d'article.

Bien qu'incomplète, la liste dont il est question dans la présente recommandation comporte quelque 420 noms de professions féminines. Les personnes intéressées trouveront dans «L'actualité terminologique», bulletin mensuel du Bureau des traductions, Volume 16, no 2, février-mars 1983, du Secrétariat d'État, la liste ainsi que l'explication régissant les cinq principes de formation du féminin dont il est question à l'article deux de la recommandation.

La «Classification canadienne descriptive des professions», l'unique instrument de travail complet en classification systématique des emplois et des professions au Canada n'utilise que le masculin. Il devient par conséquent primordial d'indiquer clairement qu'il s'agit de postes offerts également aux femmes en indiquant entre parenthèses dans l'en-tête de l'offre d'emploi (homme ou femme) ou encore (le poste est également ouvert aux femmes et aux hommes).

On dit

On a fait part de certaines préoccupations concernant les possibilités d'emploi de groupes particuliers tels que les femmes et les autochtones.

On devrait plutôt dire

On a fait part de certaines préoccupations concernant les possibilités d'emploi des femmes et de groupes cibles tels que les autochtones.

Les professions et leur féminisation

Les règles de grammaire régissant la langue française stipulent que le masculin l'emporte sur le féminin. Cependant, au Canada français, la tendance à la féminisation des titres s'intensifie. L'Office de la langue française (du Québec) donne le ton en la matière en adoptant l'article 116 de la Charte de la langue française publié dans la Gazette officielle du Québec le 28 juillet 1979. Cet article recommande ce qui suit:

«Relativement au genre des appellations d'emploi, l'utilisation des formes féminines dans tous les cas possibles:

- soit à l'aide du féminin usité. Exemples: couturière, infirmière, avocate;
- soit à l'aide du terme épique marqué par un déterminant féminin. Exemples: une journaliste, une architecte, une ministre;
- soit par la création spontanée d'une forme féminine qui respecte la morphologie française. Exemples: députée, chirurgienne, praticienne;
- soit par l'adjonction du mot femme. Exemples: femme-magistrat, femme-chef d'entreprise, femme-ingénieur.»

Radio-Canada et Air Canada endossent cette prise de position. Pour sa part, le Secrétariat général de l'Université de Montréal, par l'intermédiaire de la grammairienne de l'Université, Mme Madeleine Sauvé, déclare ce qui suit dans la fiche numéro 148 de septembre 1980 des «Observations grammaticales et terminologiques»:

«La conclusion qui nous paraît s'imposer est la suivante: l'avis de l'Office de la langue française relatif à la féminisation des titres n'a pas un caractère normatif; toutefois, il donne une orientation précise et ferme qu'on est justifié de suivre.»

Travailleuses et travailleurs

Les emplois ne devraient pas être catalogués en « masculins » et « féminins ». On devrait éviter les expressions du genre « Emploi représentant un défi de taille pour un homme ».

Il ne faut jamais laisser entendre que certains emplois ne conviennent pas aux caractères propres aux hommes ou aux femmes, c.-à-d. à la virilité des hommes et à la féminité des femmes. On devrait présenter aussi bien des hommes que des femmes pour illustrer des postes de secrétaire, de personnel infirmier ou de préposé à la garde des enfants; de la même façon, il serait approprié de présenter des femmes aussi bien que des hommes pour faire valoir des postes d'ingénieur, de plombier et de cadre.

Le travail ménager et le bénévolat devraient être présentés sur le même pied que le travail rémunéré; le travail ménager comporte souvent une connotation d'infériorité. Il faut éviter de classer la femme en tant que travailleuse sous le vocable « mère au travail », pas plus qu'on ne dirait d'ailleurs « père au travail ». Des expressions telles que « femme (épouse) au travail » mettent l'accent sur l'aspect des tâches domestiques et laissent entendre que la personne visée accorde plus d'importance à ses tâches domestiques qu'à celles de sa profession.

On dit souvent

retourner au travail

réintégrer la population active

reprendre un travail rémunéré

femmes (épouses) au travail

femmes occupant un emploi rémunéré

mères au travail

mères occupant un emploi à l'extérieur du foyer

Il ne faut pas voir les femmes comme un groupe spécial — elles représentent plus de 40 % de la population active.

le mari ou la femme...
 tout(e) employé(e) qui...
 ils ou elles ne peuvent
 quiconque demande
 personne n'est autorisé

En somme, il s'agit d'accorder aux femmes le même respect, la même dignité et le même sérieux qu'aux hommes.

Correspondance

Toute la correspondance interne et externe doit être rédigée de façon uniforme en ce qui a trait à l'état civil. Dans les notes de service, les listes de diffusion et tous les autres documents internes, on utilisera les initiales ou les prénoms en remplacement de M., Mme ou Mlle.

En réponse à une lettre provenant d'Emploi et Immigration Canada, ou de l'extérieur, il faut utiliser le titre employé par son auteur. On emploie donc «**Madame**», «**Mademoiselle**», ou «**Monsieur**», selon le cas. Lorsqu'aucun sexe n'est indiqué, (par exemple, J. Thivierge) il est préférable de commencer la réponse par «**Monsieur ou Madame Thivierge**» plutôt que d'attribuer à la personne un état civil particulier. Il en va de même pour la salutation initiale d'une lettre adressée à un destinataire dont le sexe est inconnu. Lorsqu'on ignore à la fois le sexe et le nom du destinataire, il faut employer «**Monsieur ou Madame**».

L'ancien usage français que l'on est en train de reprendre veut que l'appellation «**Madame**» s'applique à toute femme adulte, mariée ou non. Le mot «**Mademoiselle**» est réservé aux adolescentes tandis que «**Mad.**» n'a pas réussi à s'imposer comme équivalent de «**Ms**» qui lui-même est loin de faire l'unanimité.

Les employés (es)
le ou la téléphoniste
le personnel
les téléphonistes
un ou une économiste
le travail d'économiste exige

Utiliser

Eviter

Exemples:

Dans les textes généraux qui s'adressent aussi bien aux hommes qu'aux femmes et que la juxtaposition du féminin et du masculin rend trop lourds, il est suggéré d'ajouter une note bien en vue afin d'informer les lecteurs qu'il s'agit d'un texte qui s'adresse aux hommes et aux femmes. Au cours d'un long texte qui s'adresse à la population, on peut mentionner de temps à autre «les Canadiens et les Canadiennes» ou encore dans un texte qui s'adresse aux autochtones «les hommes et les femmes autochtones», etc...
S'il s'agit uniquement d'un titre ou d'une phrase on peut utiliser plusieurs formes moins lourdes que la juxtaposition du masculin et du féminin.

Quelques trucs de composition

M. Pierre Houle, un avocat
très doué et sa femme Anne,
une brunette frappante.
M. Pierre Houle, un avocat
très doué et Mme Anne
Houle, une bénévole fort
appréciée.

Utiliser:

Eviter:

Exemples:

En effet, il ne nous est jamais donné de lire des phrases comme: «M. Jean Marquet, époux de la stagiaire Marie Marquet, a accepté un poste en Afrique.» De même, les renseignements à propos des enfants sont souvent utilisés quand il s'agit d'une femme et complètement ignorés quand il s'agit d'un homme. Ainsi on utilise fréquemment des phrases comme: «Mme Morin, mère de trois enfants, est une excellente mécanicienne.» Il va sans dire qu'il s'agit d'une formule à éviter.
Les femmes ne doivent pas être décrites selon leur apparence physique alors que les hommes le sont selon leur quotient intellectuel ou leur profession.

L'usage des mots
Éviter les termes et titres génériques formés avec le mot «homme».
Bien que ce mot ait deux significations, les hommes seulement ou l'humanité (les hommes et les femmes), en pratique le mot homme évoque d'abord l'image des hommes exclusivement. Il est indiqué de les remplacer par d'autres expressions. Exemples:

Éviter	Utiliser
homme de loi	gens de loi (juriste)
homme d'affaires	gens d'affaires
homme de lettres	gens de lettres
homme de sciences	scientifique
les hommes	l'humanité
année-homme	année-personne
les droits de l'homme	les droits de la personne

Les femmes ne sont pas des possessions mais des participantes
On ne devrait pas laisser entendre que les femmes sont l'apanage des hommes ou dépendantes de ces derniers. **Éviter les constructions de phrases comme celle-ci:**
Les techniciens se rendent dans l'Ouest en compagnie de leurs femmes et de leurs enfants.
Utiliser plutôt
Les techniciens et leurs familles ont déménagé dans l'Ouest.
Utiliser un langage parallèle en parlant des hommes et des femmes

Éviter:	Utiliser:
M. Brunet et sa secrétaire Louise	M. Brunet et sa secrétaire Mlle Lacoste
M. Serge Leduc et sa mère	M. Serge Leduc et Mme Irène Leduc, sa mère

Dans un texte concernant une femme, ne pas inclure des renseignements qu'on ne songerait même pas à utiliser à propos d'un homme. Exemple: «Marie Marquet, épouse de l'architecte Jean Marquet, a complété son stage l'an dernier.»

Les principes

Toute la gamme des caractéristiques et des qualités des êtres humains devrait être présentée comme s'appliquant aussi bien aux femmes qu'aux hommes. Tous les genres de travail, de professions et de compétences devraient être présentés comme étant d'égale valeur et dignes de respect. De plus tout le matériel produit devrait refléter la contribution des femmes à la vie au Canada. Plus précisément, les femmes devraient être:

- traitées avec autant de respect et de dignité que les hommes, sans allusion à leurs caractéristiques physiques;
- présentées comme des personnes vivant et travaillant dans des circonstances variées avec des responsabilités diverses, et ne se limitant pas à celles du foyer ou de la famille;
- présentées comme des participantes à part entière aux activités décrites; et
- désignées par leur propre nom ou leur titre, ou les deux à la fois, et non en tant qu'épouses, mères, soeurs ou filles, à moins que ce ne soit expressément sous cet aspect qu'on fait mention d'elles.

Types de communications

Les lignes directrices visent les communications écrites, visuelles et orales du Ministère et de la Commission, destinées à une diffusion interne ou au public.

Les communications internes incluent:

- a) **Personnel** — descriptions de postes, énoncés de qualités, avis de concours, annonces, montages audio-visuels et films employés pour la formation, manuels, cahiers d'information, programmes d'initiation, documents et guides de recrutement et de perfectionnement du personnel.

- b) **Programmes** — descriptions des programmes, lignes directrices, critères, lois, rapports de recherche et bibliographies.
- c) **Ministres** — mémoires aux ministres, notes pour les discours des ministres ou de tout autre représentant du gouvernement, documents de travail et mémoires au Cabinet.

- d) **Liaison parlementaire** — réponses aux questions posées à la Chambre des communes, notes pour les déclarations à faire à la Chambre, notes de breffage.

- e) **Généralités** — notes de service, procès verbaux de réunions, formulaires, rapports, directives, lettres, bulletins ou publications à l'intention des employés, guides administratifs, documents relatifs aux programmes et aux primes d'encouragement, guides épistolaires, guides d'édition, les ententes et les contrats.

Les communications externes incluent:

- a) **Affaires publiques** — publications, affiches, déclarations publiques, films, diapositives, photographies, illustrations, discours, annonces, expositions, bulletins, campagnes de relations publiques (à l'étranger comme au pays); et
- b) **Généralités** — information à caractère international, enquêtes, questionnaires, formulaires, lettres, contrats.

Par stéréotypes sexuels on entend les mots, les attitudes ou les illustrations qui tendent à attribuer des rôles ou des caractéristiques particulières à des personnes uniquement selon leur sexe, sans égard aux possibilités intrinsèques de chaque individu, homme ou femme.

Les stéréotypes sexuels visent autant les hommes que les femmes. Cependant, comme les femmes ont toujours été touchées de façon plus insinuante et plus négative que les hommes, ces lignes directrices visent principalement à éliminer les stéréotypes sexuels qui concernent les femmes. Elles ont pour but de créer un milieu qui soit sensible à la réalité changeante de tous les jours.

Les présentes lignes directrices se fondent notamment sur le Chapitre 484 du manuel de la politique administrative du Conseil du Trésor du Canada de septembre 1982. Des exemples illustrent quelques-unes des situations et des habitudes les plus répandues. Cependant il ne faudrait pas conclure que les points qui n'ont pas retenu notre attention ici ne méritent pas qu'on s'y arrête. Il va de soi que les présentes lignes directrices ne s'appliquent pas aux documents qui, de toute évidence, traitent de questions ne concernant que l'un des deux sexes, par exemple, les prestations de maternité.

Tous les membres du personnel d'Emploi et Immigration Canada doivent s'assurer que tous les textes et le matériel audio-visuel qu'ils produisent sont conformes aux lignes directrices. Chaque employé à qui incombe l'approbation de matériel pour le Ministère et la Commission est responsable de la mise en application de ces lignes directrices.

Table des matières

Page	Introduction
05	Types de communications
06	Les principes
07	La langue
08	L'usage des mots
08	Les femmes ne sont pas des possessions mais des participantes
08	Utiliser un langage parallèle
09	Quelques trucs de composition
10	Correspondance
11	Langue et emploi
11	Travailleuses et travailleurs
12	Les professions et leur féminisation
13	Recommandations
14	Communications par la parole et par l'image
14	Arts visuels
14	Les points à surveiller
15	Caricature
16	Communications orales
17	La publicité
18	À l'intention des spécialistes
18	Formulaires, questionnaires, enquêtes
18	Termes à éviter
19	Admissibilité
19	Statistiques
20	Méthodologie de recherche
20	Documents juridiques
21	Quelques points supplémentaires
22	Bibliographie

© Ministère des Approvisionnement et Services Canada 1983

N° de cat. MP43-142/1983

ISBN 0-662-52695-3

Avant-propos

Le gouvernement du Canada a pour politique d'éliminer les stéréotypes sexuels de toutes les communications gouvernementales. Conformément à cette politique, les lignes directrices suivantes doivent être mises en application.



Élimination des stéréotypes sexuels

Lignes directrices
touchant
les communications
Emploi et
Immigration Canada
1983

